M.E.S., Numéro 122, Avril-Juin 2022
https://www.mesrids.org
Dépôt légal : MR 3.02103.57117
ISSN (en ligne) : 2790-3109
ISSN (impr.) : 2790-3095
Mise en ligne le 9 avril 2022

CULTURE ENTREPRENEURIALE ET SURVIE DES MICRO ENTREPRISES EN MILIEU URBAIN.

Enquête réalisée dans la Commune de Limete

par

Elie NSANA MUTAPAYI
Chef de Travaux
Faculté de Psychologie et Sciences de l'Education, Université de Kinshasa

Résumé

Bien des recherches sur les petites et moyennes entreprises (PME) renseignent de leur contribution majeure dans les économies tant des pays développés que de ceux en développement. Selon Bertrand (2010), ces études mettent généralement en évidence deux variables qui influencent potentiellement le succès d'une jeune entreprise, à savoir : la personnalité de l'entrepreneur et les caractéristiques organisationnelles de l'entreprise au démarrage. Les caractéristiques culturelles de l'entrepreneur n'ont été prises en compte que tardivement et ne sont pas suffisamment évoquées dans la littérature consacrée.

Ce constat nous a conduit à nous intéresser aux caractéristiques socio-culturelles de l'entrepreneur en milieu urbain, dans la mesure où celles-ci pourraient influer sur la survie de l'entreprise. Cette approche a l'avantage d'insérer le processus entrepreneurial tant au démarrage de l'entreprise que tout au long de sa vie.

Abstract

Much research on small and medium-sized (SMEs) provides information an their major contribution in the economies of both developed countries and those in variables that potentially influence the success of a young company namely: the personality of the entrepreneur and the organizational business at short-up. The cultural characteristics of the entrepreneur were not taken into accent until late and are not sufficiently mentioned in the devoted literature. This observation led us to take an interest in the socio-cultural characteristics of the entrepreneur in an urban environment, insofar as these could influence the survival of the company.

Mots-clés : *Culture entrepreneuriale, micro-entreprise, survie*

INTRODUCTION

Les micro-entreprises jouent de plus en plus un rôle stratégique dans la relance économique de nombreux pays africains. Grâce à leur flexibilité face aux changements ainsi que de leur capacité à créer de la valeur, elles constituent la principale source d'emploi et de revenu, particulièrement pour la population en Afrique subsaharienne, où environ 75% des emplois urbains relèvent du secteur informel (Makunza Keke, 2006). Par ailleurs, ces entreprises assurent la production des services et des biens locaux à moindre coût, mis sur le marché à un prix relativement bas, qui correspond bien à la demande d'une large partie de la population dont le pouvoir d'achat reste très faible. Offrant des emplois, des revenus, des produits accessibles aux plus défavorisés, les micro-entreprises sont également un lieu de formation professionnelle pour une large partie des jeunes déscolarisés.

Cette réalité est observée en RDC où les pillages successifs des années 1991 et 1993, avec leurs effets destructeurs sur le tissu économique national, ont amplifié, dans le chef des congolais en général et des Kinois en particulier, des aptitudes remarquables à l'entrepreneuriat. Ces activités économiques informelles ainsi initiées ont permis à la grande majorité de la population de subvenir à ses besoins essentiels, sans toutefois parvenir à induire le décollage économique du pays.

Cependant, malgré ces différents apports, ces micro-entreprises font face à de nombreux défis liés notamment à leur croissance, leur survie ou pérennité et leur migration vers une structure plus étendue. A cet effet, plusieurs facteurs sont avancés en tant que déterminants de l'évolution des micro-entreprises. Teurlai (2004) les regroupe en deux catégories non mutuellement exclusives : les déterminants individuels et les déterminants sectoriels. S'agissant des premiers, les études de Hart et Prais (1956), Bruni et Simon (1958) (citées dans Teurlai, 2004), établissent une liaison entre la taille de la firme et le taux de croissance. Ainsi, dans certains pays, la taille est un ingrédient non négligeable dans la mesure de la croissance d'une entreprise.

Par ailleurs, la qualité du management est aussi prise en compte, lorsqu'il s'agit de parler des déterminants individuels de la croissance des micro-entreprises. En effet, les caractéristiques personnelles de l'entrepreneur sont parfois mises en évidence pour expliquer l'hétérogénéité des résultats observés au sein des micro-entreprises. Ceci est corroboré par l'étude de Papadaki et Chami (2002) (citée dans Teurlai, 2004), qui indique la forte incidence du niveau de scolarité de l'entrepreneur sur la croissance de son entreprise et dans le contexte congolais, on peut se souvenir des trajectoires assez spécifiques des entrepreneurs tels que : Bemba, Dokolo, Kansebu, Fontshi, etc. En ce qui concerne les déterminants d'ordre contextuel, cette étude avance l'idée selon laquelle la croissance et la survie d'une entreprise sont corollaires aux performances du secteur qui l'abrite. Partant, la compétitivité d'un secteur est donc pour Teurlai (2004), un ingrédient pouvant influencer positivement ou négativement les trajectoires de croissances individuelles des firmes.

Par ailleurs, de nombreuses études, s'inscrivant dans une optique managériale (Argenti, 1976 ; Malecot, 1981 ; Hambrick & D'aveni, 1988 citées dans Evou, 2013) ont permis de mettre en relation la survie et le développement d'une entreprise avec la structure organisationnelle, la qualité et la pertinence des systèmes de gestion mis en place ainsi que le comportement du dirigeant de l'entreprise. Sagodira (2011) va même plus loin, en soutenant que le manque de formation des entrepreneurs et même des travailleurs pouvait décliner sur l'échec des entreprises. Au-delà de la formation, ils évoquent aussi un facteur culturel. A ce sujet, Onana (2013) considère qu'elle n'est pas une réalité figée ni immuable, car il estime que certaines cultures humaines se prêteraient mieux que d'autres aux exigences et contraintes du développement économique moderne.

On observe que la Commune de Limete à Kinshasa est saturée des micro-entreprises et certaines connaissent une réussite se traduisant par une longévité et stabilité de leurs activités, d'autres par contre disparaissent aussitôt créées. Ces types d'activités quoi que bénéficiant d'un environnement socio-économique identique, présentent cependant une disparité dans leurs habitudes et pratiques de gestion qui peuvent être fonction des caractéristiques telles que : le niveau et la filière d'études et l'antécédent familial dans l'entrepreneuriat figurant parmi les composantes principales de la culture entrepreneuriale.

Ainsi, tout en épousant les orientations de recherche mettant en exergue le rôle incontournable de l'entrepreneur dans la réussite de son activité (Bruyat, 1993; Filion, 1998), cette étude se propose de répondre à la préoccupation de savoir : quel est l'impact de la culture entrepreneuriale, à travers certains de ses éléments constitutifs (le niveau d'études, la filière d'études et l'antécédent familial dans les affaires dans la réussite de son activité), dans la survie de la micro-entreprise ?

Pour atteindre cet objectif, nos propos s'articulent en trois points. Le premier aborde les cadres conceptuel et théorique de l'étude. Le deuxième présente l'approche méthodologique utilisée dans le recueil des données. Et le dernier point engage la discussion des résultats. Une brève introduction met un terme à cette étude.

I. Cadres conceptuel et théorique

L'isolement du phénomène à étudier de l'ensemble où il s'insère en vue de le rendre saisissable constitue une démarche essentielle pour le chercheur (Anger, 1997). Ainsi, ce point circonscrit les significations des concepts de base de l'étude : la culture et ses déclinaisons, la notion de survie et de PME ; et met en lumière les paradigmes qui prennent en charge la question entrepreneuriale.

1.1. Cadre conceptuel

1.1.1. Notions sur la culture entrepreneuriale

La culture entrepreneuriale ou adhocratique est caractérisée par le dynamisme, l'entrepreneuriat, la créativité, la prise de risque et la focalisation sur l'environnement externe (Dension & Spreitzer, 1991). Dans cette culture, le décideur est un visionnaire, un innovateur et un preneur de risque.

La culture entrepreneuriale met en évidence l'impact des différentes dimensions culturelles dominantes (niveau collectif/national) sur des comportements managériaux des créateurs d'entreprise (niveau individuel). Il est avéré, à l'heure actuelle que le dynamisme entrepreneurial est un moteur de la croissance économique et diffère d'un pays à un autre, voire d'une région à une autre, en fonction de l'environnement culturel (Tounès & Assala, 2007). Davidsson (1995) montre que l'impact des variables institutionnelles et macro-économiques sur la vitalité entrepreneuriale est modéré par les spécificités culturelles.

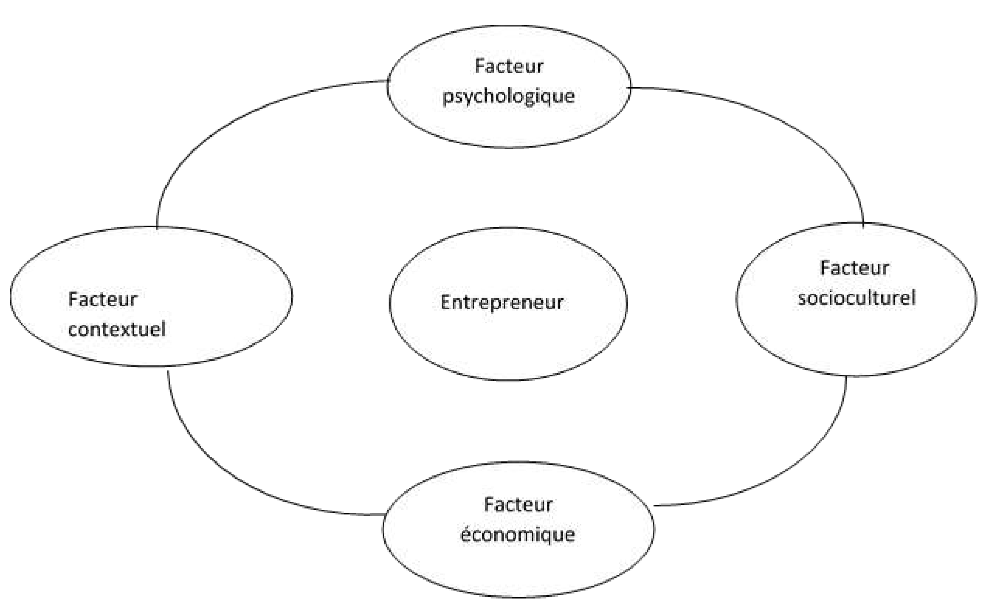
Pour Fayolle (2003), la culture entrepreneuriale est liée aux différents milieux

connus et fréquentés par les individus, et qui peuvent jouer un rôle sur leur propension à entreprendre. Ces milieux (famille, écoles, universités, société, entreprises, professions, territoires), exercent sur l'individu des influences nombreuses qui peuvent s'avérer positives ou négatives le jour où apparaîtra dans sa vie l'événement entrepreneurial.

La culture entrepreneuriale serait en effet constituée de qualités et d'attitudes exprimant la volonté d'entreprendre et de s'engager pleinement dans ce que l'on veut faire et mener à terme. Elle se veut être comme une culture du projet, une culture toute particulière puisqu'elle vise à produire de la nouveauté et du changement. Elle se veut aussi être une culture de création et de construction (Mezghani, 2008).

La culture entrepreneuriale ne doit plus être considérée uniquement comme un moyen de créer de nouvelles entreprises, mais plutôt comme une attitude générale qui constitue un atout précieux dans la vie quotidienne et professionnelle de tout individu, compte tenu de la portée des caractéristiques qui la définissent.

Fig n°1 : Théorie de la culture entrepreneuriale



Source : Sagodira, G. (2011). La formation professionnelle à l'entrepreneuriat : par-delà le déterminisme social de l'acte entrepreneurial. Thèse. Inédite. Université de la Réunion. Sciences de l'Education. pp. 99

Dans le cadre de cette recherche, par culture entrepreneuriale, nous entendons l'ensemble de comportements, habitudes, pratiques et acquis psychosociologiques construit ou adopté par l'entrepreneur en relation directe avec son activité et lesquels jouent un rôle modérateur sur la gestion de celle-ci. La culture entrepreneuriale est un construit socio-culturel qui intègre un certain nombre de déterminants entre autres : la famille, le système éducatif, l'expérience professionnelle, le milieu immédiat, le profil psychologique et le regroupement d'entreprise.

1.1.1.1. Fondements et valeurs de la culture entrepreneuriale

Le développement de la culture entrepreneuriale passe par un effort de sensibilisation et de promotion. Parmi les raisons de promouvoir la culture entrepreneuriale dans un pays, on peut citer (Mezghani, 2008): stimuler la compétitivité, l'innovation, la productivité et la croissance économique; faire de l'entrepreneuriat un choix de carrière désirable; améliorer la capacité des individus à vivre avec l'incertitude et à répondre positivement au changement; rattraper un retard par rapport à d'autres pays au chapitre de la création d'entreprises; contrebalancer l'information déjà abondante en matière d'employabilité; valoriser la richesse et son rôle dans le développement économique et social; prendre en charge des initiatives de promotion à moyen et long terme, car le secteur privé est peu enclin à le faire.

1.1.1.1.1. Fondements de la culture entrepreneuriale

Pour pouvoir engager une dynamique entrepreneuriale, il faut mobiliser différentes ressources personnelles, à savoir : les ressources émotives, les ressources cognitives et les ressources interactionnelles.

Les ressources émotives sont le moteur de l'action. L'esprit d'entreprise trouve en elles sa motivation première et son déclenchement. Les ressources cognitives servent à penser l'action, à donner forme à l'avenir par l'élaboration et la mise en œuvre d'un projet. Elles donnent sens au projet entrepreneurial.

Le passage à l'acte nécessite une action concrète et la mobilisation des ressources des différents milieux (Ressources interactionnelles). En effet, on ne peut pas entreprendre seul, avec uniquement l'énergie tirée de la motivation, avec uniquement l'intelligence de sa vision et de projet. Ce dernier fait appel à la capacité de l'entrepreneur de tisser des liens avec son environnement.

1.1.1.1.2. Valeurs de la culture entrepreneuriale

La culture entrepreneuriale se compose de caractéristiques qui ont le pouvoir de favoriser une action efficace et qui contribuent à l'actualisation du potentiel. Ces caractéristiques sont la confiance en soi, le leadership, l'esprit d'équipe, la motivation, le sens des responsabilités, la solidarité, la débrouillardise, l'effort, l'initiative, le

sens de l'organisation, la créativité, la détermination et la persévérance.

Ces valeurs sont définissables par les attitudes et les comportements qui les expriment à savoir : la confiance en soi, le leadership, l'esprit d'équipe, la motivation, le sens de la responsabilité, la solidarité, la débrouillardise, l'effort, l'initiative, le sens de l'organisation, la créativité, la détermination, la persévérance.

Pour Mezghani (2008), la culture entrepreneuriale se décline en trois éléments ci-après : des connaissances partagées par des individus d'une même société qui veulent relever des défis ; des attitudes et des valeurs (créativité, sens de la responsabilité, autonomie, confiance en soi, solidarité, leadership, tolérance à l'échec, etc.) ; des compétences de savoir-faire, savoir être et savoir agir.

1.1.2. Notions sur la micro-entreprise

En RDC, la micro-entreprise entre dans la nomenclature de ce qui est qualifiée de Petite et Moyenne Entreprise (PME). La grande majorité de ce type d'entreprise appartient au secteur informel (Shomba Kinyamba, Olela Nonga, Ongevalle, Develtere et Fonteneau, 2014).

Ce sont des très petites unités économiques caractérisées par le rôle fondamental du propriétaire-dirigeant, celui-ci irrigue la totalité du fonctionnement tant interne qu'externe de l'entreprise (Marchesnay & Fourcade, 1997), engendrant une forte personnalisation de la gestion de la micro-entreprise ; des systèmes d'information internes et externes peu complexes et souvent informels (Mintzberg, 1990); une faible décomposition des tâches tant au niveau stratégique qu'opérationnel; une stratégie souvent implicite, à court-terme et fondée sur la vision du dirigeant; une organisation caractérisée par la proximité, que ce soit au sein de l'entreprise ou dans les relations avec les clients, fournisseurs et autres partenaires (Torrès, 1999). Le dirigeant joue alors un rôle majeur dans la mobilisation de réseaux d'influence (Uzzi, 1996).

Selon la charte des PME (2009), la micro-entreprise (en RDC) répond aux critères et seuils suivants : effectif compris entre 1 (un) et 5 (cinq) employés ; chiffre d'affaires annuel hors taxe variant entre 1 (un) à 10.000 USD (dix mille dollars) ; valeur des investissements nécessaires mis en place pour les activités de l'entreprise inférieure ou égale à 10.000 USD (dix mille dollars) ; mode de gestion concentré.

1.1.3. Notons de survie

Pour Bertrand (2010), la survie de l'entreprise apparaît comme un indicateur nécessaire durant les premières phases d'existence de la jeune entreprise. Tamàssy (2006), va dans le même sens, et indique que le critère minimum de succès qu'une entreprise peut escompter est sa survie. Littunen, Storhammar et Nenonen (1998, cités dans Bertran, 2010) sont plus tranchés sur la question en indiquant, dans un premier temps, que la survie est la première étape fondamentale dans l'accès au succès. Ils poursuivent en remarquant que, du fait de la période de stabilisation de l'activité entrepreneuriale durant la phase d'émergence de la jeune entreprise, il est difficile de récolter suffisamment de données réellement fiables concernant la croissance et la profitabilité. Pour ces auteurs, la notion de survie apparaît donc comme l'élément nécessaire à l'obtention du succès.

De ce fait, les éléments permettant la survie durant la phase de lancement de la jeune entreprise pourraient également avoir une autre portée, aussi bien au niveau des liens avec les autres indicateurs de succès comme le profit, la croissance ou encore la satisfaction de l'entrepreneur, qu'au niveau des indicateurs de performance utilisés dans les recherches entreprises en management stratégique ou dans le courant de la théorie des organisations, montrant par là même le caractère vaste du cadre théorique pouvant être mobilisé dans le cadre de l'analyse de la survie des jeunes entreprises. Par conséquent, l'on peut considérer la survie à l'instar de Bertrand (2010) comme l'élément initiant le processus conduisant la nouvelle entreprise à son succès futur. Ce point de vue est partagé par Witt (2004), Littunen et al. (1998), Gerben, et al. (2003) ou encore Tamássy (2006).

En outre, Bertrand (2010) envisage le succès, comme un processus composé de l'atteinte de divers indicateurs. Il se fonde, sur les analyses de Lussier (1995) ; Lussier et Pfeifer (2000). Ces auteurs considèrent, en effet, le concept de succès comme intégratif et initié à l'origine par la survie de l'entreprise. Ils examinent ainsi le succès de l'entreprise selon deux étapes distinctes : la survie, puis l'atteinte de profits, ces étapes déterminant l'atteinte ou non du succès pour la nouvelle entreprise.

La notion de survie, telle que présentée dans cette recherche est dans la lignée des auteurs comme Lussier (1995), Lussier et Pfeifer (2000)

Littunen et al. (1998), Gerben, et al. (2003) ou encore Tamássy (2006), où une entreprise qui ne survit pas ne peut obtenir le succès. Des liens étroits sont apparus entre la survie et le succès. En effet, survie et succès sont parfois confondus ou agglomérés dans leurs définitions. Les auteurs s'emploient à cerner la problématique du mieux possible, parfois en s'inspirant de disciplines transversales aux leurs pour enrichir le débat sur leur angle de recherche.

Ainsi, pour notre part, la notion de survie renvoie à la réussite ou au succès de l'entreprise, laquelle est fonction d'un certain nombre de facteurs tels que : l'entrepreneur, la viabilité de l'affaire, le mode de gestion de l'activité, etc.... par ailleurs, cette notion peut se prolonger dans la notion de pérennité, qui intègre les dimensions ci-après : l'entrepreneur, l'entreprise, la stratégie ou processus entrepreneuriaux et l'environnement externe.

1.2. Cadre théorique

Le phénomène entrepreneurial s'est construit autour des paradigmes portant soit sur la personne de l'entrepreneur, soit sur son activité ou encore sur l'environnement duquel émane le projet d'entreprise. Ce point explore les modèles théoriques qui constituent le socle explicatif de l'acte entrepreneurial. Ainsi, il présente tour à tour, les approches basées sur la culture dans la mesure où ce facteur serait considéré comme déclencheur d'un comportement créateur d'entreprise, les approches fondées sur l'entrepreneur lesquelles mettent en évidence le rôle prépondérant de l'acteur entrepreneurial sans lequel le projet d'entreprise ne peut exister et enfin, les approches prenant en charge l'activité créée laquelle justifie la mise en marche du processus entrepreneurial.

1.2.1. Approche centrée sur la culture

1.2.1.1. Approche par les traits

Cette approche explore, selon Tounés et Assala (2007), le rapport prévalant entre la culture et les caractéristiques des entrepreneurs. Selon Muller et Thomas (2000), Shane (2003), les motivations et les objectifs des créateurs d'entreprises varient systématiquement selon les spécificités culturelles. Ces variations s'expriment en dépit des caractéristiques communes à tout entrepreneur par rapport au non entrepreneur (Mc Grath & al., 1992). Dans une approche cognitive, Muller et Thomas (2000) confirment que les caractéristiques des entrepreneurs de neuf pays (contrôle interne, la prise de risque et l'énergie déployée) sont davantage différentes que les dissemblances culturelles entre ces pays sont grandes.

En examinant les "scripts cognitifs" des entrepreneurs de sept pays différents, Mitchell et al. (2000) renseignent que ceux-ci sont fortement corrélés aux valeurs culturelles. Les auteurs associent les scripts cognitifs du comportement entrepreneurial aux valeurs de l'individualisme et de la distance hiérarchique confirmant ainsi les résultats d'Abramson et al. (1993). Ces scripts expliquent les différences des styles cognitifs par la variété de l'environnement culturel.

1.2.1.2. Approche par la création des valeurs

Le deuxième courant s'intéresse aux liens entre la culture nationale et la vitalité entrepreneuriale (taux de créations d'entreprise, taux d'innovation) ; c'est l'approche par la création de valeur ou innovation. Plusieurs études indiquent que le niveau et le taux de création d'entreprises sont inégaux d'un pays à l'autre (Shane, 2003) ou d'une région à l'autre (Davidsson, 1995 ; Davidsson & Wiklund, 1995). Ces recherches renseignent que la vitalité entrepreneuriale est corrélée avec certaines caractéristiques culturelles mesurées par la grille d'Hofstede (1980).

1.2.2. Approche centrée sur l'entrepreneur

L'entrepreneur est-il un acteur ou un idéal type ? Selon les tenants du courant constructiviste, il n'y a pas de déterminisme à l'acte d'entreprendre ; ce n'est pas une charge que l'on se transfère de père en fils mais un métier qui s'apprend à partir d'une volonté d'agir sur un espace et à un temps donné. Il n'existe pas un profil type d'entrepreneurs mais des typologies différentes, développées par Julien et Marchesnay (1996), qui démontrent que nous avons affaire souvent à deux catégories d'entrepreneurs : celui motivé par le profit (attrait du jeu) et celui motivé par l'indépendance (attrait de la stabilité).

Le premier va maximiser l'emploi des ressources et innover en permanence ; le second « paternaliste » ou « bon gestionnaire » va faire tourner un outil de travail, très stable, moins profitable mais pérenne. Les réseaux et les systèmes de financement ne sont plus les mêmes d'où un ajustement structurel et une adaptation conjoncturelle de l'entreprise (il mobilise les moyens à sa portée). On ne peut pas prétendre qu'il n'a pas d'ambition, mais reste pragmatique au regard des facteurs suivants (Sagodira, 2011): son capital culturel, son réseau relationnel ou d'influence, ses titres de noblesses (diplômes, parcours de formation, parcours professionnel).

Epousant l'analyse de Marchesnay (1997), Sagodira (2011) considère l'entrepreneur comme un acteur avant d'être un idéal type. Cet acteur manifeste des traits singuliers qui sont regroupés selon Verstraete (1999) en quatre types : le manager, l'entrepreneur, l'artisan type et l'exclu. L'entrepreneur ainsi décrit présente des traits singuliers tels que : l'imagination, la confiance en soi, l'enthousiasme, la ténacité, le goût pour la direction et la résolution de problèmes, la capacité de percevoir précocement dans les données des informations sources d'opportunité, 1a faculté à réunir et à coordonner les ressources économiques pour exploiter de façon pratique et efficace, l'information possédée.

1.2.3. Modèle de Shapero

Les travaux de Shapero (1975), note Fayolle (2003), sont les plus anciens et certainement ceux qui ont eu le plus grand retentissement dans la communauté scientifique. Ils débouchent sur un modèle général qui permet de mieux comprendre la formation de l'événement entrepreneurial. Quatre forces principales, en interaction les unes avec les autres, expliquent selon lui, la création d'une entreprise.

1.2.3.1. Déplacement d'un individu

D'après Shapero (1975), beaucoup de créations d'entreprises sont liées à des déplacements. Mais si le déplacement est moteur pour la création d'entreprise, il n'en est évidemment pas une condition suffisante.

1.2.3.2. Disposition à l'action

S'appuyant sur les travaux réalisés par les psychologues de la création d'entreprise, Shapero insiste sur le fait que les entrepreneurs ont un grand désir d'indépendance et de contrôle de leur environnement. Des motivations et certaines qualités particulières confèrent donc aux individus qui les possèdent une disposition plus ou moins marquée à l'action (entrepreneuriale).

La crédibilité de l'acte d'entreprendre, pour celui-là même qui entreprend où s'apprête à le faire est, d'après l'auteur, la plus puissante variable que l'on puisse trouver associée à l'acte de création d'une entreprise. Imaginer ce que sera pratiquement son rôle d'entrepreneur et de dirigeant est un bon moyen de rendre crédible à ses propres yeux l'action qu'il engage. L'individu doit être capable de s'imaginer lui-même faisant démarrer et dirigeant une entreprise. La crédibilité de l'acte est avant tout d'ordre social. Elle est liée à des milieux et/ou des groupes de référence qui vont, d'une certaine façon, renvoyer à l'individu concerné une image valorisée ou dévalorisée de l'entrepreneuriat. C'est ce qui expliquerait le fait que les créateurs d'entreprises sont très souvent issus de familles où un parent était (est) entrepreneur. C'est à ce niveau également que se situe un des rôles du système éducatif qui, dans des actions de sensibilisation, pourrait se donner comme objectif de donner une image plus valorisante des situations entrepreneuriales.

Cependant, souligne Fayolle (2003), même si un individu présente une disposition à l'action, s'il a subi un déplacement et s'il a dans sa famille ou dans d'autres milieux de référence des exemples crédibles, il faut encore, pour qu'il passe à l'acte, qu'il puisse disposer ou réunir les ressources nécessaires (moyens matériels, humains et financiers) pour entreprendre.

II. Approche méthodologique

La systématisation de la démarche de recherche permet de valider les résultats obtenus par le chercheur. Le choix de la démarche et des instruments de recherche se justifie au regard des présupposés et de l'objet de l'étude. Partant, cette partie rend compte des méthodes et techniques utilisées et des résultats obtenus en vue de la vérification des hypothèses.

2.1. Cadre physique de recherche

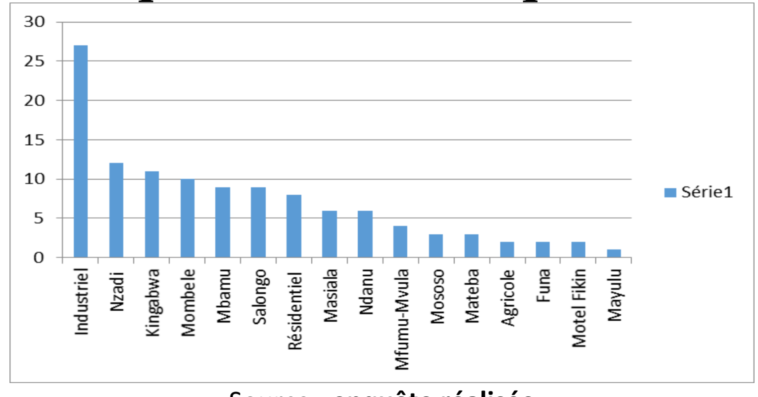
La Commune de Limete offre un intérêt de taille à la présente recherche dans la mesure où elle regorge d'un nombre assez important des micro-entreprises et elle est localisée au carrefour de certaines grandes artères de la Ville de Kinshasa offrant ainsi un emplacement idéal aux PME. Par ailleurs, le boom démographique tel que le souligne Akola-Monga (2018) offre aux entrepreneurs un potentiel marché dynamique.

Limete est une entité politico-administrative de Kinshasa. Elle est subdivisée en seize quartiers ci-après : Agricole, Funa, Industriel, Kingabwa, Masiala, Mayulu, Mbamu, Mombele, Mososo, Mateba, Ndanu, Nzadi, Résidentiel, Salongo, Motel FIKIN et Mfumu-Mvula.

Les micro-entreprises à Kinshasa, de manière générale, et dans la Commune de Limete, en particulier, font vivre une bonne partie de la population urbaine. Ces micro-entreprises, d'après Kabuika Mukole (2012), ne se limitent pas seulement au fait qu'elles offrent des emplois et des revenus, elles satisfont les besoins essentiels d'une population urbaine n'ayant pas accès aux biens et services offerts à travers les circuits modernes. Ces structures permettent à leurs initiateurs de

s'habiller, de se loger, de se déplacer et de scolariser leurs enfants.

Fig. n°1: Répartition des entrepreneurs enquêtés selon leur quartier



Source : **enquête réalisée**

La figure ci-dessus permettent d'observer une répartition des entrepreneurs au regard de leurs activités sur l'ensemble des quartiers composant la Commune de Limete avec une proportion assez importante pour les quartiers : Industriel (23,48 %), Nzadi (10,43 %), Kingabwa (9,57 %), Mombele (8,70 %), Salongo (7,83 %), Mbamu (7,83 %) et Résidentiel (6,96 %).

2.2. Cadre méthodologique

2.2.1. Population et échantillon d'études

2.2.1.1. Description de la population

La définition de la population cible est la première étape du processus d'échantillonnage. Il consiste à identifier la population qui fournira l'échantillon (Fortin, Taggart, Kérouac & Normand, 1988). Bien que cette population ait déjà été identifiée à l'introduction de ce travail, nous y revenons pour une description plus conséquente.

Pour cette étude, la population cible comprend des entrepreneurs (nationaux) des micro-entreprises formellement recensés par la Commune de Limete dont le nombre est de 165. Ce chiffre, nous l'avons obtenu en élaguant du répertoire reçu de la Commune, les activités tenues par les étrangers et celles ayant une taille en terme d'effectifs supérieurs à celle d'une micro-entreprise telle que spécifiée dans la charte des PME (2009).

2.2.1.2. Echantillon d'étude

La taille de notre population étant de 165 sujets, nous trouvons dans la table de Morgan les résultats se rapportant à une population estimée à N_1=160 dont l'échantillon n_1=113. Et nous avons N_2 =170 dont l'échantillon correspondant est n_2=118 sujets.

Pour une population N= 165 sujets, nous ferons une interpolation, n= $\frac{n1+n2}{2}$=115, 5 sujets. Par commodité, nous arrondissons par défaut et obtenons un effectif de 115 sujets composant notre échantillon.

Ayant en notre possession une liste exhaustive d'entrepreneurs de micro-entreprises formellement identifiées par les autorités administratives de la Commune de Limete, nous avons opté pour un échantillon aléatoire systématique.

Le principe de ce type d'échantillon est simple et peut facilement être informatisé grâce à des logiciels tels qu'Excel.

La longueur de l'intervalle équivaut au quotient de la taille de la population (N) et de la taille de l'échantillon (n) ; soit l'expression $N/_n$. Dans le cadre de cette étude ce rapport donne le résultat suivant : $\frac{165}{115}$= 1,4 soit ≈ 1 en arrondissant par défaut. Ainsi, nous en avons un intervalle de 1.

On sélectionne de manière aléatoire un premier nombre compris entre 0 et ($N/_n$)-1 (Luhahi a Niama Luhahi, 2014 ; Hellemans, 2016) ; puis, on se déplace dans la base de sondage en faisant des pas ou des sauts, de longueur $N/_n$ à partir de ce nombre.

Suivant ce principe, le nombre à partir duquel nous avons commencé notre sélection est 0 et nous nous sommes déplacé dans la base de sondage à intervalle d'une unité jusqu'à totaliser les 115 sujets de notre enquête.

Tableau I. Distribution des entrepreneurs enquêtés selon les caractéristiques retenues ci-dessus

Indices statistiques / Caractère		f	%
Sexe	Masculin	78	67,8
	Féminin	37	32,2
	Total	115	100
Age	18 à 28 ans	17	14,8
	29 à 39 ans	47	40,9
	Plus de 39 ans	51	44,3
	Total	115	100
Etat-civil	Marié	71	61,7
	Célibataire	23	20
	En couple	21	18,3
	Total	115	100

Niveau d'études	Post-universitaire	2	1,7
	Universitaire	16	13,9
	Supérieur	29	25,2
	Secondaire	32	27,8
	Inférieur à secondaire	36	31,3
	Total	115	100,0
Filière d'études	Economique	6	5,2
	Gestion commerciale	25	21,7
	Etudes techniques (ISTA, IBTP et autres)	33	28,7
	Sciences sociales et humaines (Droit, SSPA, Sociologie, Psychologie, Médecine…)	16	13,9
	Sciences exactes	1	,9
	Aucune filière	34	29,6
	Total	115	100,0
Antécédents familiaux dans les affaires	Mes parents	20	17,4
	un membre de famille proche (frère ou sœur)	55	47,8
	Un membre de famille élargie (cousin, oncle, tant, etc.)	11	9,6
	Personne	29	25,2
	Total	115	100,0

L'échantillon tiré est constitué en grande majorité des adultes (51% de plus de 39 ans et peu des jeunes (14,8% de 18 à 29 ans). La plupart d'entre eux (80%) sont soit mariés ou en couple.

La majorité n'est pas allée au-delà du secondaire (59,2%), avec une prédominance de ceux qui ont fréquenté une filière préparant à l'entrepreneuriat (55,6% en économie, gestion et études techniques).

Enfin, les trois quarts (74,8%) ont des antécédents familiaux dans les affaires.

2.2. Le questionnaire d'enquête

Le questionnaire utilisé comprend les questions fermées, ouvertes, mixtes, à éventail de réponse, ainsi que les échelles de type Likert lesquelles permettent une auto-évaluation des enquêtés.

Il s'inspire d'un instrument approuvé en matière de recherche sur la culture à savoir le questionnaire Hofstede (1987), qui développe la théorie des dimensions culturelles. Cet instrument a le mérite d'avoir été testé et reconnu valide pour capturer les dimensions en rapport avec la culture au sein d'une organisation. Ce questionnaire peut être adapté et appliqué à d'autres dimensions de la culture à savoir, la culture entrepreneuriale.

Afin de mesurer la cohérence interne des questions posées lors du test, nous avons calculé le coefficient « alpha de Cronback». Celui-ci permet d'apprécier si chaque item présente une cohérence avec l'ensemble des autres items de l'échelle (Igalens & Roussel, 2000).

Le logiciel SPSS nous a permis de mettre en œuvre cette étude de la validité de l'échelle de mesure à travers le modèle d'« alpha de Cronback ». Ce qui nous donne coefficient α_s= 0,601.

2.3. Le test chi-carré de Pearson

Le chi-carré fournit un test simple basé sur les différences entre effectifs observés et effectifs théoriques. Il permet de déterminer s'il existe une relation systématique entre deux variables (Wonnacott et Wonnacott, 1984 cités dans Musa Alokpo, 2008). Nous l'avons employé pour vérifier l'existence d'un lien systématique entre d'un côté : le niveau d'études, la filière d'études, le niveau du goût du risque, l'antécédent familial dans les affaires et de l'autre : la perception très positive du goût du risque, l'appréciation très positive des résultats et de la stabilité de la micro-entreprise.

III. Interprétation des résultats

Ce point nous permet de confronter les résultats obtenus à la théorie abordée dans ce travail en vue de répondre à la préoccupation principale de cette étude, celle d'établir l'impact qu'a la culture entrepreneuriale sur la survie de l'activité exercée.

Par ailleurs, nous ferons dans ce point un bref rappel des principaux résultats auxquels nous sommes parvenus.

3.1. *Profil de l'entrepreneur*

L'enquête réalisée permet de constater que la grande majorité des entrepreneurs enquêtés soit 86 sujets sur 115 (74,8% confer tableau n°8) ont dans leur environnement familial des membres de familles (soit membre de la famille proche ou

élargie qui exercent une activité lucrative. Cette situation peut s'expliquer aisément par le manque d'emploi qui gangrène la société congolaise dans son ensemble comme le souligne le rapport du PNUD (2009) et qui oblige les congolais en général et les kinois en particulier à entreprendre des activités génératrices de revenu. Ainsi, cet environnement peut être favorable à l'émergence des mentalités et habitudes liées à l'entrepreneuriat.

En outre, la majorité des enquêtés soit 83 sujets sur 115 (72,8% confer tableau n°11) ont déjà exercé précédemment une activité lucrative. Par conséquent cette activité est pour la majorité d'entre eux soit 78,3% (confer tableau n°12) une source principale de revenu.

On observe également que le besoin de subsistance reste la première raison par ordre d'importance (soit indiquée par 40,9% des sujets confère tableau n°14) qui a motivé les enquêtés à entreprendre. Ceci semble corroborer certaines études menées sur l'entrepreneuriat en Afrique notamment celles de Galiègue et Madjimbaye (2006) et Onana (2013), mettant en évidence l'orientation de l'entrepreneur africain vers une activité devant assurer sa subsistance. Par conséquent la micro-entreprise doit assurer à celui-ci et sa famille l'assouvissement des besoins essentiels tels que le manger, les soins de santé et même la scolarité. Très peu d'entrepreneurs se projettent à long terme dans cette activité en vue d'en assurer le développement ou la migration vers une grande entreprise.

S'agissant de l'auto-perception du profil de l'entrepreneur, les résultats globaux permettent d'observer ce qui suit :

- la majorité des entrepreneurs interrogés soit 70 sujets sur 115 (60,9% confer tableau n°15) ont une perception positive de leurs profils en rapport avec la prise de risque ;
- la plupart des entrepreneurs soit 75 sujets sur 115 (65,2% confer le même tableau) estiment être toujours à l'affut des nouvelles opportunités d'affaires ;
- on observe, par ailleurs, que la majorité des répondants soit 68 sujets sur 115 (59,1%) sont d'avis que les valeurs partagées en famille ont contribué à développer chez eux le sens des affaires ;
- on note également que la majorité d'entre eux soit 60,9% (confer toujours le tableau n°15) sont prêts à recommencer leur activité en cas d'échec.

Ainsi, globalement, les enquêtés ont une perception positive de leur profil en rapport avec les caractéristiques et aptitudes essentielles à un entrepreneur. Cet état des choses permet de comprendre le dynamisme du processus entrepreneurial en milieu urbain et le foisonnement des micro-entreprises à Kinshasa tel que le constate Kabuika Mukole (2012).

L'évaluation par les enquêtés des qualités d'un bon entrepreneur nous a permis de faire le constat suivant :

- le sens des affaires a été la qualité la mieux notée par les enquêtés, en effet elle a reçu la note 5 attribuée par 78,3% des sujets (confer tableau n°16) ;
- suivi de la passion pour son affaire, qualité qui a reçu la note 5 par 76,5% des sujets interrogés (confer le même tableau).

En effet, l'entrepreneur doit être à l'affut des opportunités d'affaires et aimer ce qu'il fait. Cette relation affective lui permet de transcender les difficultés rencontrées sur terrain.

A l'issue des résultats obtenus, l'enquête relève que la grande majorité des entrepreneurs interrogés soit 87% n'ont jamais suivi une formation liée à la gestion de leur activité. Ce résultat rend nécessaire le renforcement des capacités des entrepreneurs au niveau des entités urbaines telle que la commune. Le manque de formation dans la gestion de l'entreprise figure parmi les causes de la disparition des micro-entreprises.

En effet, les connaissances limitées de certains entrepreneurs constituent un obstacle au développement de ces structures qui généralement, comme l'indique Onana (2013), sont gérées de manière peu orthodoxe par l'initiateur de l'activité (absence de comptabilité formelle, affectation des ressources non conformes aux principes en la matière). Par conséquent, la majorité des sujets interrogés soit 57,7% affirment avoir besoin de formation dans les domaines permettant d'affermir la gestion rationnelle de l'activité (comptabilité, gestion financière, etc.).

Les résultats obtenus renseignent que la gestion des micro-entreprises est centrée sur l'entrepreneur. En effet, 80,9% affirment gérer eux-mêmes leur activité. Ceci peut s'expliquer par la taille réduite de l'entreprise et la nécessité et le besoin de l'entrepreneur de garder un contrôle total sur son activité (Evou, 2013).

3.2. De l'activité exercée

Au-delà de leur taille, les micro-entreprises concernées par cette étude présentent quelques caractéristiques communes. Parmi les plus significatives citons :

- l'autofinancement : 87% des sujets interrogés affirment recourir souvent à des moyens de financement privés pour assurer la survie de leur entreprise. On peut expliquer cette situation par le fait qu'en RDC, les institutions censées jouer le rôle d'intermédiation financière (Banques, IMF) peinent n'y parviennent à cause d'un environnement macro-économique difficile et de l'incapacité de beaucoup de micro-entrepreneurs à garantir le remboursement des prêts accordés ;
- la durée de rotation des stocks varie, pour la majorité d'entrepreneurs (58,3%),entre une et deux semaines. Ceci rend compte de la vitalité des secteurs d'activité (le petit commerce et les services) dans lesquels s'insèrent les micro-entreprises. Par ailleurs, la consommation des biens et services divers connait une forte progression à cause du boom démographique que connait la ville de Kinshasa qui décline sur une progression de la demande globale des biens et services (Kayembe wa Kayembe, De Maeyer & Wolff, 2005).
- les résultats globaux montrent que l'appréciation de la stabilité de l'activité par les répondants est bonne. En effet, 44,3% des entrepreneurs jugent leur activité assez stable, 33% d'entre eux estiment qu'elle est stable et seulement 7% considèrent que leur micro-entreprise est très stable. Par conséquent, comme l'indique Teurlai (2004), la stabilité en termes de maintien du niveau d'activité est un gage de succès et de réussite de la micro-entreprise ;
- les résultats obtenus nous permettent d'observer que de manière globale, l'appréciation des résultats de la micro-entreprise en termes de bénéfice et chiffres d'affaires est globalement bonne. De manière cumulée, cette affirmation est confirmée par 73,04%. Ces résultats globalement satisfaisants peuvent être justifiés comme évoqué précédemment, par la demande en progression des produits et biens de consommation ainsi que le développement du secteur des services (petit restaurant, atelier de couture, cyber café, etc…) ;
- les entrepreneurs interrogés ont répertorié les facteurs appuyant leur activité. Parmi ceux-ci, les trois principaux sont l'emplacement stratégique, l'existence d'un marché en pleine croissance et la capacité d'adaptation face à la demande. En effet, la Commune de Limete est une entité administrative réputée pour sa concentration d'activités lucratives et surtout des PME. Elle se trouve pratiquement au carrefour de certaines grandes artères de la ville de Kinshasa, et donc avoir une activité lucrative dans cette zone peut assurer un certain succès à l'activité, et en outre la forte concentration de la population très diversifiée que regorge cette Commune rend compte de la demande potentielle et permet d'affirmer l'existence d'un marché dans les deux principaux secteurs prisés par les micro-entrepreneurs (le petit commerce et les services);

Parmi les faiblesses répertoriées par les entrepreneurs interrogés, les trois principales sont le caractère limité des ressources financières et matérielles, la non-tenue des documents comptables et financiers et les difficultés d'accès au crédit. Ces faiblesses sont typiques des PME congolaises en général et kinoises en particulier, cette observation est partagée par Makunza Keke (2006). En effet, la problématique du financement et de la gestion rationnelle de ces entreprises obstrue leur capacité de développement et même de réussite.

3.3. Résultats de l'analyse bivariée

Cette analyse se justifie par notre postulat selon lequel la culture de l'entrepreneur a une influence positive sur la survie (réussite) de son activité. Afin de capturer le concept « culture entrepreneuriale » nous avons isolé certaines de ses dimensions telles que la filière d'études, le niveau d'études, le goût du risque et l'antécédent familial dans les affaires. Les variables ci-dessus ont été croisées à deux questions principales qui renseignent sur la capacité de survie (réussite) de la micro-entreprise.

Les résultats du test chi-deux en ses valeurs tabulées et calculées montrent ce qui suit :

- les variables niveau d'études et filières d'études ont une influence significative sur les réponses données par les entrepreneurs à la question concernée. En d'autres termes, l'appréciation de la stabilité de l'activité serait fonction du niveau d'études et de la filière suivie. Par conséquent, plus le niveau d'études est élevé, plus l'appréciation de la stabilité de la micro-entreprise est meilleure. En sus, plus la filière d'études est orientée vers les disciplines à caractère économique,

commercial ou de gestion, plus l'appréciation de la stabilité de l'entreprise est meilleure. Ces résultats sont en osmose avec l'étude de Fayolle (2003) mettant en exergue l'importance de la formation de l'entrepreneur. Ainsi, le niveau d'études et la filière suivie peuvent aider l'entrepreneur à mieux maîtriser les processus mentaux et intellectuels à la base de la création d'entreprise et lui permettre de mettre sur pied des mécanismes de gestion adaptés à la structure créée;

- par contre, les résultats du test chi-deux en rapport avec les variables goût du risque et antécédent familial dans les affaires ont montré une relation non significative entre ces variables et la question posée. Par ailleurs, un niveau élevé du goût du risque et l'antécédent familial dans les affaires n'influencent aucunement l'appréciation que les entrepreneurs ont de la stabilité de leur activité.
- les variables niveau d'études et filières d'études ont influencé significativement les réponses des entrepreneurs interrogés. Par ailleurs, plus le niveau d'études est élevé, plus l'appréciation des résultats de la micro-entreprise est bonne et plus la filière d'études est orientée vers les sciences économiques, commerciales ou de gestion, plus cette appréciation est meilleure. Ces résultats épousent les analyses de Fayolle (2003) qui ressortent le rôle moteur joué par la formation de l'entrepreneur dans le développement de son activité.

Par ailleurs, les variables goût du risque et antécédent familial n'ont pas joué un rôle significatif dans l'appréciation par l'entrepreneur des résultats de son activité.

CONCLUSION

L'entrepreneur installé dans la Commune de Limete à Kinshasa évolue dans un environnement fortement marqué par l'entrepreneuriat même si celui-ci est essentiellement de survie. Par ailleurs, cet environnement crée des habitudes orientées vers les affaires.

Nous avons pu observer que de manière générale, l'auto-perception des entrepreneurs par rapport à leur profil, est globalement bonne indépendamment des variables considérées.

Par ailleurs, ces activités exercées permettent à leurs initiateurs de connaître une certain progrès et stabilité sociale. Certaines dimensions de la culture entrepreneuriale telles que le niveau d'études et la filière d'études influent sur la stabilité et le succès de la micro-entreprise.

De cette recherche, plusieurs implications pratiques peuvent émerger à savoir, l'amélioration des mécanismes de renforcement des capacités des micro-entrepreneurs, l'optimisation des conditions de survie des micro-entreprises, les sources principales d'emploi et de création de richesse pour la République Démocratique du Congo. Enfin, cette étude rend possible la construction d'un paradigme théorique mettant en relation un concept anthropo-socio-psychologique (culture entrepreneuriale) et un concept à caractère économique (survie).

L'une des principales limites de cette recherche est le cadre physique de recherche. En effet, elle ne couvre qu'une seule commune sur les 24 de la ville de Kinshasa alors que l'on pourrait bien étendre la réflexion et tirer des conclusions beaucoup plus globalisantes. Par ailleurs, la culture entrepreneuriale comprend, au-delà des quatre dimensions explorées par l'étude, une panoplie d'autres dimensions intéressantes telles que la religion, l'environnement social de l'entrepreneur, … qui peuvent être pris en compte dans le cadre d'une analyse plus poussée et éventuellement, l'absence d'un instrument d'analyse comme la régression logistique empêche d'établir le degré d'influence des principales dimensions retenues dans le cadre de cette étude.

Cependant, ces limites ouvrent la voie à un prolongement de la recherche en élargissant le champ d'étude et en intégrant d'autres modèles d'analyse. Un rendez-vous se trouve ainsi pris pour l'avenir.

BIBLIOGRAPHIE

- Bertrand, G. (2010). La survie des PME française entre 2002 et 2005, quid des processus entrepreneuriaux. ATER Université de Perpignan. En ligne http://ater_perpignan/survie/pdf.
- Bruyat, C. (1993). *Création d'entreprise: contributions épistémologiques et modélisation*. (Thèse pour le doctorat). Université Pierre Mendès France, Grenoble, sans diffuseur éventuel.
- Evou, J.-P. (2013). Disparition et durée de vie des PME en Afrique: évidence sur données camerounaises. Projet de recherche soumis au Consortium pour la Recherche Economique en Afrique (CREA). Faculté des Sciences Economiques et de Gestion-Univesité de Yaoundé-II et REMA. En ligne http://www.survie des pme_projet de recherche/pdf.
- Fayolle, A. (2003). *Le métier de créateur d'entreprise*. Paris: Organisation.

- Filion, L.-J. (1998). *Vision et relations: clés du succès de l'entrepreneur*. Montréal: Les éditions de l'entrepreneur.
- Gasse, Y. (2002). L'influence du milieu dans la création d'entreprises. En ligne http://entrepreneurship-mmg.ulaval.ca.
- Gassey, Y. et D'Amours, A. (2000). *Profession: entrepreneur*. Québec: Les Editions Transcontinentales.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: international differences in work related values related values*. Beverly Hills: Sage.
- Lussier, R.-N. et Pfeifer, S. (2000). A comparaison of business success failure variables between U.S. and central eastern Croatian entrepreneurs. *In Entrepreneurship. Theory & Practice*. Vol.45. n°75. pp. 9-15.
- Makunza Keke, E. (2006). Les entreprises de survie et le développement de certains pays africains: le cas de la République Démocratique du Congo. *In Cahier de Recherche CEREBEN*. n°95-06. pp 3-14.
- Mezghani, L. (2008). Politique et stratégie d'entreprise. En ligne http://www.strategie.tunet.tn/chapters/plan_m.pdf.
- Onana, J.B. (2013). De la relation entre culture et développement: leçons asiatiques pour l'Afrique. *In Culture et Développement*. En ligne http://developpement_afrique/culture/pdf.
- Sagodira, G. (2011). *La formation professionnelle à l'entrepreneuriat par-delà le déterminisme social de l'acte entrepreneurial*. (Thèse de Doctorat). Université de la Réunion, Réunion, Sans diffuseur éventuel.
- Tamàssy, C. (2006). Determinants of regional entrepreneurship dynamics. *In contemporary Germany: a conceptual and empirical analysis regional studies*. Vol. 5. n°22. pp. 205-247.
- Teurlai, J.-C. (2004). Enquête nationale sur les besoins en main-d'œuvre. *In crédoc-Unédic*. En ligne http://www.credoc.fr/publications/enquête-crédoc-unédic.
- Torres, O. (1999). *Les PME*. Paris: Flammarion, Collection Dominos.
- Tounés, A. et Assala, K. (2007). Influences culturelles sur des comportements managériaux d'entrepreneurs algériens. 5ème congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat-Sherbrooke-Canada. En ligne http://www.entrepreneuriat_congrès/sherbrooke/fr.
- Uzzi, B. (1996). The sources and consequences of embeddedness for the economic performance of organizations: the network effect. *In American Sociological Review*. Vol. 61. Pp.674-698.
- Verstraete, T. (1999). *Entrepreneuriat: connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes*. Paris: L'Harmattan.